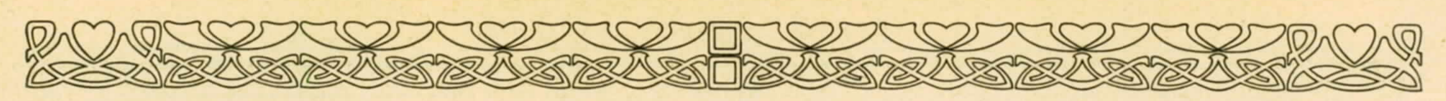

IX. Jahrgang
No. 1
2. Januar 1909
Schweiz. Konsum-Verein
Organ des Verbands schweiz. Konsumvereine
Motto: Das Schweizervolk kann seine wirtschaftliche Selbständigkeit gegenüber dem Ausland nur behaupten und im Innern zu grösserem Wohlstand und höherer sozialer Gerechtigkeit nur fortschreiten, wenn es seine Konsumkraft organisiert. Die genossenschaftliche Zusammenfassung dieser Kraft ist daher für uns eine Lebensfrage: sie ist unsere nationale Aufgabe im XX. Jahrhundert.
A.C.V.
CONSUMHOF
LAGERHAUS.
MOLKEREI.
STALLUNGEN.
Die Niederlage in Kriens des A.C.V. in Luzern.
Redaktion u. Administration: Basel Thiersteinerallee 14
Wöchentlich erscheint eine Nummer von 8—12 Seiten Text. Abonnementspreis Fr. 4.— per Jahr, Fr. 2.50 per 6 Monate ins Ausland unter Kreuzband Fr. 6.50 per Jahr.
Verlag: Verband schweizer. Konsumvereine
ch. H.B.M. Basel.
A. Wagen, Basel 1903.

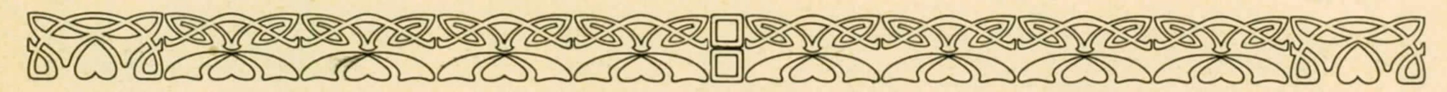


Mitteilung der Verwaltung des V. S. K.
an die Vereinsvorstände.

Durch Bestimmung der Verbandsdirektion tritt mit der heutigen Nummer des „Schweiz. Konsum-Verein" insofern eine Aenderung in der Anordnung des Stoffes ein, als die Ausstattung der 2., 3. und 4. Seite des Umschlages fürderhin in erster Linie den Interessen des Verbandes statt Privatinteressen dienen soll.

Der V. S. K. hat sich in den letzten Jahren derart entwickelt, daß er durch entsprechende Inserate seine Produkte und Einrichtungen zur Geltung zu bringen hat, um sie weitern Kreisen sowohl, wie auch der Mitgliedschaft und speziell den Vereinsverwaltungen in Erinnerung zu bringen.

Die künftige Ausstattung der 2., 3. und 4. Seite ist daher so gedacht, daß die Zweckbestimmung des Verbandes und seiner Institutionen in gutscheinender Weise zum Ausdruck kommen soll, und wie sie der Umschlag der heutigen Nummer zeigt.



Genossenschaftlicher Arbeitsmarkt.

Nachfrage.

Verband schweizerischer Konsumvereine, Basel.

Wir suchen für möglichst baldigen Eintritt eine durchaus tüchtige Person als weitere **Hilfsverkäuferin** zu engagieren. Dieselbe muss längere Zeit in gutgeführten Konsumvereinen tätig gewesen sein, und den Ladendienst derselben gründlich kennen, ferner muss sie die deutsche und französische Sprache beherrschen.

Unsere Hilfsverkäuferinnen haben bei solchen Vereinen aushilfsweise Dienst zu versehen, welche vorübergehend aus irgend einem Grunde ohne Verkäuferin sind, oder Rat und Hilfe für Verbesserungen im Ladendienste wünschen.

Anmeldungen sind bis längstens 15. Januar 1909 an die Verwaltung des Verbands schweizerischer Konsumvereine in Basel zu richten.

Stellenausschreibung.

Der Konsumverein **Unter-Entfelden** sucht auf 15. Januar 1909 eine **Warenverkäuferin.** Bewerberinnen mögen ihre Anmeldungen bis 8. Januar dem Präsidenten G. Stauffer, Mechaniker einreichen.



Inhalt der Nr. 53 der Wochenausgabe vom 31. Dez. 1908.

Ein neues Jahr. — Ein Rückblick. — Umschau. — Feuilleton.

Schweiz. Konsum-Verein.
Organ des Verbands schweiz. Konsumvereine.

IX. Jahrgang. Basel, den 2. Januar 1909. Nr. 1.

Abonnementseinladung.

Der **Schweiz. Konsumverein** beginnt mit der vorliegenden Nummer seinen neunten Jahrgang. Wir benützen diesen Anlaß, um alle, die sich über das Konsumgenossenschaftswesen näher zu unterrichten wünschen, zum Abonnement darauf einzuladen.

Der **Schweiz. Konsumverein** ist das Organ des Verbandes schweiz. Konsumvereine. In dieser seiner Eigenschaft veröffentlicht er alle offiziellen Bekanntmachungen der Verbandsbehörden, die Protokolle der Delegiertenversammlungen und fortlaufend zahlreiche Nachrichten und Notizen über die Tätigkeit seiner Institute (Sekretariat und Zentralstelle).

Der **Schweiz. Konsumverein** macht es sich ferner zur Aufgabe, seine Leser über das Gesamtgebiet der konsumgenossenschaftlichen Bewegung zu orientieren. In gehaltreichen Aufsätzen bespricht er die Fragen, an deren Lösung die konsumgenossenschaftliche Bewegung jeweilen arbeitet. Theorie und Praxis, Geschichte und gegenwärtige Organisation des Genossenschaftswesens werden gleichfalls eingehend behandelt unter sorgfältiger Berücksichtigung der Leistungen und Erfahrungen in andern Ländern.

Der **Schweiz. Konsumverein** nimmt ferner Stellung zu den Fragen der nationalen Wirtschafts- und Handelspolitik. Er vertritt dabei energisch den Standpunkt, daß sich die Berufs- und Klasseninteressen der verschiedenen wirtschaftlichen Gruppen den allgemeinen Konsumenteninteressen unterzuordnen haben und bekämpft alle Bestrebungen, die darauf hinausgehen, veraltete und unzulänglich gewordene Betriebsformen auf Kosten des ganzen Volkes künstlich zu erhalten.

Der **Schweiz. Konsumverein** veröffentlicht in einer besonderen Beilage, die unter dem Titel „**Schweiz. Genossenschafts-Archiv**" erscheint, wichtige Aktenstücke aus der konsumgenossenschaftlichen Praxis, die für die Verwaltungen der Vereine dauernden Wert besitzen. Insbesondere gelangen darin Geschäfts- und Dienstordnungen für die Behörden und das Personal der Genossenschaften, Sparkassen- und andere Reglemente, Anstellungsverträge 2c., ferner aber auch die die Konsumvereine berührenden Gesetze, gerichtlichen Entscheidungen und behördlichen Verordnungen zum Abdruck.

Der **Schweiz. Konsumverein** darf als das reichhaltigste Genossenschaftsblatt der Schweiz bezeichnet werden. Er erscheint wöchentlich einmal und bringt in jeder Nummer 8 bis 12 Seiten Text, dem häufig Illustrationen und graphische Darstellungen eingefügt sind. Der Abonnementspreis für die Schweiz beträgt per Jahr Fr. 4.—, per Halbjahr Fr. 2. 50, für das Ausland bei Zustellung unter Kreuzband Fr. 6. 50 per Jahr. Bestellungen nimmt jede Postanstalt, sowie auch das Sekretariat des Verbands, Basel, Thiersteinerallee 14, entgegen.

Das Sekretariat des Verbands schweiz. Konsumvereine.

Zur Orientierung für neue Leser.

Der Verband schweiz. Konsumvereine, dem diese Zeitschrift als Organ dient, ist eine Vereinigung von gegenwärtig 295 lokalen Konsumvereinen. Er wurde im Januar 1890 gegründet und hat sich seither ständig entwickelt.

Der Verband bezweckt die Pflege und Wahrung der Interessen seiner Glieder, insbesondere auch den gemeinschaftlichen Einkauf für sie. Zu letzterem Zwecke hat er ein besonderes Institut, die Zentralstelle, geschaffen, welche es sich zur Aufgabe macht, für die lokalen Konsumvereine ein nationaler Konsumverein zu sein, d. h. ihnen die benötigten Waren in besten Qualitäten zu möglichst billigen Engrospreisen und günstigen Konditionen zu liefern.

Das Sekretariat dient der Propaganda, der genossenschaftlichen Auskunfts- und Ratserteilung, sowie der publizistischen Vertretung der Konsumvereine. Dies Institut leiht seine Unterstützung gerne allen Bestrebungen, die auf die Gründung neuer Konsumvereine gerichtet sind. Es besorgt ferner die Redaktion des „Schweiz. Konsumverein" und des „Genossenschaftlichen Volksblattes", die insgesamt eine Auflage von über 125,000 Exemplaren besitzen, sowie der französischen und italienischen Verbandsorgane La Coopération und La Cooperazione.

Die Leitung des Verbands liegt in den Händen eines 15-gliedrigen Vorstandes, von denen die 5 in Basel, dem Sitz des Verbands, domizilierten Mitglieder die Aufsicht über die Tätigkeit der Verbandsinstitute führen. Die oberste Instanz bildet die jährlich einmal zusammentretende Delegiertenversammlung.

Die Mitgliederzahl der 259 Vereine, die zu Anfang 1908 dem Verbande schweiz. Konsumvereine angehörten, betrug 171,603; sie ist seither beträchtlich gestiegen. Aus den 794 Läden, die die Verbandsvereine zur Verfügung ihrer Mitglieder hielten, bezogen diese 1907 für 70 Millionen Fr. Waren. An Betriebsmitteln standen den Verbandsvereinen über 12 Millionen Fr. zur Verfügung. Ihr Liegenschaftsbesitz hatte einen Wert von 16 Millionen Franken.

Trotz der Größe der vorstehenden Zahlen, welche die Bedeutung erkennen lassen, die der Verband schweiz. Konsumvereine und seine Glieder sich bereits errungen haben, muß doch gesagt werden, daß die konsumgenossenschaftliche Bewegung noch in ihren Anfängen steht. Erst seit wenigen Jahren hat sie begonnen, sich zu einer großen nationalwirtschaftlichen Volksbewegung, die mit Bewußtsein die Einkommensverteilung im Geiste und gemäß den Forderungen der sozialen Gerechtigkeit zu gestalten strebt, auszuwachsen. Ihr konsequent verfolgtes Ziel besteht darin, durch die Organisation der Konsumkraft des Volkes die Grundlage zu schaffen für eine nach demokratischen Grundsätzen aufgebaute neue Wirtschaftsordnung, in der die Produktion und der Handel im Interesse des ganzen Volkes und nicht bloß

in dem einiger Klassen geleitet und verwaltet werden. Jeder, dem das Volkswohl am Herzen liegt, helfe diese Bewegung an seinem Platze fördern und unterstützen.

Neujahrswünsche.

Wiederum haben wir die Schwelle eines neuen Jahres überschritten, und da es bei einem solchen Anlaß üblich ist, seinen Mitmenschen alles Gute zu wünschen, fügt sich auch die Redaktion des „Schweiz. Konsumverein“ dem schönen Brauche, indem sie vorab den Abonnenten und Mitarbeitern, den Vereinsvorständen und -Verwaltungen, sowie allen, die im In- und Auslande im Dienste der Genossenschaftsbewegung stehen, ein herzliches „Glückauf“ entbietet. Möge ihnen allen die innere Gewißheit, zur Förderung unserer schönen und segenbringenden Bewegung nach besten Kräften beizutragen, hinweghelfen über die mannigfachen Enttäuschungen und unliebsamen Erfahrungen, die heute noch mit dem menschlichen Leben unlösbar verknüpft zu sein scheinen und die erst überwunden werden dürften, wenn einmal der Geist wahrer genossenschaftlicher Solidarität Gemeingut aller geworden sein wird.

Ein weiter Weg trennt uns noch von diesem Ziele, ein Weg, der nur gekürzt werden kann, indem wir alles aufbieten, die Zahl unserer Anhänger zu mehren. Und dies führt uns zu einem Wunsche zu unseren Gunsten: es möchten uns die Vereine behilflich sein, die Abonnentenzahl des „Schweiz. Konsumverein“ zu vermehren. Sie können dies tun, einerseits indem sie das Blatt auch für alle Angestellten abonnieren, anderseits, indem sie es den Mitgliedern der Behörden oder sonstigen maßgebenden Persönlichkeiten zugänglich machen. Wenn sie auf diese Weise vorgehen, nützen sie nicht nur der Gesamtbewegung, sondern auch direkt ihrem Verein, indem nach und nach eine gerechtere Beurteilung der Konsumvereine Platz greifen dürfte, wenn einmal das Verständnis für unsere Ziele geweckt ist. So erfreulich bisher die Zunahme der Auflage des „Schweiz. Konsumverein“ gewesen ist, so entspricht die Verbreitung des Blattes doch noch lange nicht der Bedeutung unserer Sache, und weite Kreise der Bevölkerung wissen nichts von dessen Existenz. Das sollte anders werden.

Von wie großem Interesse für die Vereine es ist, daß ihr Angestelltenpersonal mit unseren Bestrebungen gründlich vertraut ist, braucht wohl nicht noch besonders betont zu werden. Mögen deshalb die Vereine das Opfer nicht scheuen, den „Schweiz. Konsumverein“ überall da zu verbreiten, wo sie Veranlassung haben, Verständnis für unsere Sache zu erwarten.

Ein weiterer Wunsch geht dahin, es möchte der „Schweiz. Konsumverein“ noch mehr als bisher mit Korrespondenzen aus den Vereinen bedacht werden. Häufig sind wir genötigt, Nachrichten aus unserer Bewegung der Tagespresse zu entnehmen, während sie doch in erster Linie ins Verbandsorgan gehörten. Wenn wir im Inhaltsverzeichnis die Liste der Nachrichten aus den Vereinen durchgehen, vermissen wir manchen großen Verein, aus dem nie eine Nachricht bis zur Redaktion des „Schweiz. Konsumverein“ gelangt, trotzdem es wahrhaftig nicht an Stoff gebrach. Im Verbandsorgan soll sich das Konsumvereinsleben der ganzen Schweiz wiederspiegeln; es soll darin das ganze weitschichtige Material über unsere Bewegung gesammelt und für alle Zeiten aufbewahrt bleiben. Zur Erreichung dieses Zieles ist aber notwendig, daß sich in jedem Verein jemand finde, der es sich zur Pflicht macht, dem Sekretariat alles einigermaßen Wichtige mitzuteilen. Auf diese Weise kommen die Erfahrungen des Einzelnen der Allgemeinheit zu gute, während sie sonst unbeachtet und unverwertet bleiben.

* * *

Aufmerksame Leser unseres „Schweiz. Konsumverein“ werden bemerkt haben, daß sich die vorliegende Nummer äußerlich von den frühern unterscheidet. Die Inserate von Privatfirmen sind aus dem Umschlage verschwunden, an deren Stelle sind Empfehlungen des natürlichen Lieferanten der Verbandsvereine, der Zentralstelle, getreten. Obwohl diese Neuerung eine ziemlich bedeutende Einnahmen-Einbuße nach sich zieht, so wird den Privatinseraten doch kaum jemand eine Träne nachweinen wollen. Niemand weiß besser, als wir Konsumgenossenschafter, daß die Firmen die für Insertionszwecke gemachten Ausgaben wiedre einzubringen wissen, daß also das, was der Zeitungsherausgeber auf den Inseraten einnimmt, von den Warenkäufern wieder eingebracht werden muß. Was also das Sekretariat aus den Inseraten einnahm, wurde gewissermaßen aus der Zentralstelle und den Vereinen wieder herausgeholt. Abgesehen hiervon, ließ der Umstand, daß es sich bei den meisten Inseraten um Jahresaufträge handelte, der Befürchtung Raum, es könnten unter Umständen im Verbandsorgan Firmen ihre Produkte empfehlen können, mit denen der Verband jeden Verkehr abzubrechen für gut befunden hatte. Diese und andere Erwägungen veranlaßten die Verbandsdirektion, auf Privatinserate von nun an zu verzichten und den frei werdenden Raum dazu zu verwenden, die Verbandsanstalten besser bekannt zu machen. Und da soll gleich wieder ein Wunsch angebracht werden: es möchten diese Verbandsinserate allseitig Beachtung finden.

Beachtung möchten wir auch erbitten für den Arbeitsmarkt, der nach wie vor auf dem Umschlage Platz finden wird. Da der „Schweiz. Konsumverein“ in die Hände aller Vorstandsmitglieder gelangt, haben Stellengesuche und Stellenofferten von Vereinen und Personal meistens guten Erfolg.

* * *

Da wir gerade von Inseraten schreiben, mag hier auf eine Beobachtung hingewiesen werden, die man namentlich während der vergangenen Festtage besonders häufig machen konnte. Wir meinen den Widerspruch zwischen dem Textteil und dem Inseratenteil jener Blätter, die unserer Bewegung freundlich gesinnt sind, weil sie in jenen Kreisen gelesen werden, die für die Vorteile der Konsumvereinsbewegung besonders empfänglich sind. Während nun nicht allzu selten der Textteil die Vorzüge des Einkaufs im Genossenschaftsladen rühmend hervorhebt, wird anderseits der Leser bei Ehrenpflicht aufgefordert, seine Einkäufe bei jenen Firmen zu machen, die in dem betreffenden Blatte inserieren. Ja, es werden sogar von einzelnen Zeitungen extra Hefte ausgegeben, in denen dem Inhaber so und so viele Prozente der für Einkäufe ausgegebenen Summen zugesichert werden. Nun kann man sich ja allerdings sagen, daß jedem Käufer so viel Intelligenz zuzutrauen sei, um sich von dieser Art Reklame nicht betören zu lassen, und daß es doch angenehm sei, die Arbeiterinteressen sozusagen mit dem Gelde der Gegner zu verfechten. Aber diese Argumentation hinkt bedenklich, denn der Betrag, den die Käufer auf den mit allem Raffinement der Neuzeit aufgedrängten Waren zu viel bezahlen müssen, übersteigt um ein bedeutendes den Betrag, den die Zeitungsherausgeber aus den Inseraten einnehmen, und in Wirklichkeit sind es die Arbeiter, die ihre Gegner unterhalten.

Auch hier drängt sich uns ein Wunsch auf, aber wir hüten uns wohl, ihn auszusprechen, denn er ist zu verwegen für unsere Zeit. Außerdem nimmt das, was wir für uns wünschen, bereits einen viel größeren Raum ein als das, was wir andern gewünscht haben. Aber wir hoffen auf Nachsicht, dient doch alles, was uns frommt, auch der Allgemeinheit.

So treten wir in das neue Jahr in der freudigen Zuversicht, unsere Sache wiederum gedeihen zu sehen und in Eintracht und Freundschaft mit allen Vereinsbehörden weiter arbeiten zu können an dem großen Werke der Organisation der Kaufkraft unseres Volkes, dem wirksamsten Mittel, gegen die verhängnisvollen Folgen einer verkehrten Wirtschaftsordnung anzukämpfen.

Konsumverein und „Reklame".*)

(Korr.)

„Die verschiedenen Wege des Heranrückens an die Abnehmer bedürfen oft noch einer Unterstützung durch eine Reihe von Veranstaltungen, die eine möglichst vorteilhafte, den Käufer anregende und anlockende Art der Bekanntmachung der Waren und Firmen bezwecken. Man pflegt alle diese Veranstaltungen unter dem Namen „Reklame" zusammenzufassen; unter dieser Bezeichnung werden allerdings recht verschiedene Dinge vereinigt, die nur durch den gleichen Zweck zusammengehalten werden. Das Bedürfnis, sich für die Absatzgewinnung der Reklame zu bedienen, ist bei den verschiedenen Betriebsformen des Handels sehr ungleich entwickelt. Der Konsumverein, der sich auf den Verkauf an seine Mitglieder beschränkt, bedarf keiner besondern Reklame; geht er aber über den Kreis seiner Mitglieder hinaus, wird er überhaupt als Erwerbsunternehmen betrieben, das sich auf weitere Abnehmerkreise stützen muß, so bedarf auch er mancher Reklameveranstaltungen".

Diese Sätze fanden wir jüngst in dem Buche von Dr. R. van der Borght „Handel und Handelspolitik", das neulich in zweiter Auflage erschienen ist. Sie riefen bei uns lebhaften Widerspruch hervor, denn wir können sie nicht als richtig anerkennen. Wenn aber bei einem Manne wie van der Borght, der das Studium der wirtschaftlichen Erscheinungen zu seinem Lebensberuf gemacht hat, solche Ansichten über die Stellung der Konsumvereine zur Reklame Platz greifen konnten, so müssen wir uns nicht wundern, wenn wir hie und da aus dem Munde von Vorstandsmitgliedern und Verwaltern von Konsumvereinen den Ausspruch zu hören bekommen: „Der Konsumverein braucht keine Reklame".

Die Konsumvereine, die auch mit Nichtmitgliedern verkehren, sollen bei den folgenden Erörterungen außer Betracht fallen, wie denn auch van der Borght sie nicht mehr den reinen Konsumvereinen beizuzählen scheint. Aber muß nicht jeder Konsumverein, auch jener, der nur an seine Mitglieder Waren vermittelt, aus allen Kräften bestrebt sein, deren Zahl und damit die Zahl der Abnehmer seiner Waren stetsfort zu vermehren? Bei der weiten Fassung, welche van der Borght dem Begriff Reklame gibt, müssen auch Veranstaltungen von Konsumvereinen, die auf Gewinnung neuer Mitglieder abzielen, als Reklame bezeichnet werden; wir halten dafür allerdings die Ausdrücke „Agitation" und „Propaganda" für zutreffender.

Aber nicht nur auf Gewinnung neuer Mitglieder, sondern auch auf Vermehrung des Bezugs der schon vorhandenen Mitglieder werden die Leiter eines Konsumvereins hinwirken müssen; denn es ist kein Geheimnis, daß diejenigen Mitglieder, welche alle Artikel, die ihr Konsumverein führt, nur in dessen Laden beziehen, mancherorts die Minderheit bilden. Gibt es doch solche, die sich auf den Bezug eines einzigen Artikels, z. B. der Milch, beschränken, ihren übrigen Bedarf aber anderswo decken. Die Gründe für dieses Verhalten sind verschiedene, und deshalb müssen auch die Mittel für dessen Bekämpfung verschieden sein. Den einen fehlt es an der klaren genossenschaftlichen Ueberzeugung; sie werden über das Wesen der Genossenschaft und im besondern der Konsumvereine belehrt werden müssen. Dies ist wieder eine „Reklame", für welche der Ausdruck „Propaganda" allerdings passender erscheint. Andere wissen gar nicht, daß sie diesen oder jenen Artikel auch in ihrem Laden erhalten; sie müssen durch Reklame darauf aufmerksam gemacht werden. Andere wissen es zwar, denken aber oft nicht daran und gehen aus alter Gewohnheit in ein privates Geschäft; durch Reklame müssen sie von Zeit zu Zeit aus ihrer Gedankenlosigkeit aufgerüttelt werden. Wieder andere glauben, der Konsumverein verkaufe teurer als die private Konkurrenz; die Reklame wird sie vom Gegenteil überzeugen müssen. Andere meinen, sie fahren beim Konsumverein schlechter mit der Qualität: die Reklame wird sie veranlassen müssen, einmal die Probe zu machen.

So wird also der Konsumverein dazu kommen, seinen Mitgliedern Preislisten zuzusenden, in politischen und unpolitischen Blättern zu inserieren, mit andern Konsumvereinen zusammen oder auch für sich allein eine besondere Zeitung, die nicht in letzter Linie zur Verbreitung seiner Inserate dienen soll, zu halten und sie gratis den Mitgliedern zuzustellen. Er wird an allen seinen Verkaufsstellen und an allen seinen Fuhrwerken groß seine Firma anbringen, wird in seinen Läden Plakate aufhängen, die auf gewisse Waren hinweisen, wird andere Waren so aufstellen, daß sie dem kaufenden Publikum auffallen müssen, ja er wird danach trachten, für gewisse Geschäftszweige, wie z. B. Haushaltungsartikel, Schuhe 2c., die Lokale in günstige Geschäftslage, also an eine Straße mit starkem Personenverkehr zu placieren und große, gut zu beleuchtende Schaufenster einrichten und dergl. mehr.

Eine Grenze der Reklame ergibt sich für den Konsumverein allerdings aus seinem Wesen. Er darf u. E. nicht darauf ausgehen, bei seinen Mitgliedern neue, erhöhte Bedürfnisse zu wecken; denn seine Aufgabe ist es, bei ihnen eine ökonomische Lebensführung zu erzielen, und deshalb wird es besser sein, die durch den gemeinsamen Einkauf erzielte Ersparnis, die erhaltene Rückvergütung, nicht sofort wieder für dies oder jenes auszugeben, sondern sie in einem Sparbüchlein oder in Obligationen des Vereins anzulegen. In der Praxis wird es sich allerdings nicht vermeiden lassen, daß die Reklame des Konsumvereins neue Bedürfnisse hervorruft: denn was eben für das besser situierte Mitglied ein Genuß ist, den es sich erlauben kann und darf, ist für ärmere ein Luxus, den sie sich nicht leisten können. Und doch wird ein Konsumverein, der eine gewisse Ausdehnung erlangt hat, gezwungen sein, Waren zu führen, für die als Käufer nur besser situierte Leute in Betracht kommen, und dann muß er natürlich auch durch irgendwelche Reklame auf diese Waren aufmerksam machen. Diese Reklame veranlaßt dann möglicherweise den einen oder den andern zu Ausgaben, die er vom ökonomischen Standpunkt aus kaum rechtfertigen kann.

Wie ist dieses Dilemma zu lösen? Versetzt da die harte Wirklichkeit die Leiter der Konsumvereine nicht in die Zwangslage, Abstriche an ihren Idealen zu machen? Wir glauben, es lasse sich ein Ausweg finden, indem man sich einfach an die Wahrheit hält, d. h. sich davor hütet, Waren, um deren Absatz zu fördern, Eigenschaften nachzurühmen, die sie nicht oder doch nur in geringerem Maße besitzen. Man wird auf Licht und Schatten, auf Nützlichkeit und Schädlichkeit gleichermaßen hinweisen müssen. Man wird also z. B. Wein und Bier nicht als kräftige Nahrungsmittel hinstellen, sondern ruhig erklären, es handle sich da um bloße Genußmittel, die sogar recht oft sehr schädlich wirken, und daß es deshalb oft gescheiter wäre, Milch oder Wasser, statt Wein und Bier zu trinken. Jedes Mitglied weiß nun, woran es ist, und mag danach sein Verhalten einrichten und prüfen, was sich mit seinem Geldbeutel und seiner Gesundheit verträgt.

*) Wir geben den nachstehenden Aeußerungen eines Korrespondenten Raum, trotzdem wir mit seiner Auffassung nicht in allen Punkten einverstanden sind. Namentlich möchten wir uns dagegen verwahren, als ob die Bemühungen, das Publikum über die Vorteile des gemeinsamen Einkaufs und der gemeinsamen Produktion aufzuklären, als „Reklame" zu bezeichnen seien. So wenig wie die aus der kapitalistischen Betriebsweise herrührenden Ausdrücke „Dividende", „Reingewinn", „Geschäft" u. s. w. für die Konsumvereine zutreffen, so wenig ist dies mit dem Wort „Reklame" der Fall. Wem würde es wohl einfallen, beispielsweise die Tätigkeit der Geistlichen, die ihre Hörer zu einer besseren Lebensführung zu erziehen trachten, als „Reklame" zu bezeichnen? Und um eine reine Erziehungsfrage handelt es sich auch im Konsumwesen: Die Konsumenten sollen dazu erzogen werden, die Beschaffung des zum Leben Notwendigen in die eigenen Hände zu nehmen, um die Ausbeutung des Menschen durch den Menschen schrittweise zu beseitigen und an deren Stelle die solidarische Gemeinsamkeitsarbeit aller Volksgenossen zu setzen. Wenn heute noch der genossenschaftliche Haushalt der Konsumentenvereinigungen so häufig in einen Tiegel geworfen wird mit kapitalistischen Betrieben, so trägt daran nicht zum wenigsten der Umstand die Schuld, daß für die neue Betriebsweise die für die alte gebräuchlichen Ausdrücke verwendet werden. Red.

Nimmt man sich so grundsätzlich bei der Reklame die Wahrheit zur Richtschnur, und dazu sind doch wohl nicht nur die Konsumvereine, sondern auch die Inhaber von Privatgeschäften moralisch verpflichtet, so wird das Zutrauen zur Reklame und damit auch ihr Erfolg wachsen.

Der Konsumverein bedarf also der Reklame, so gut wie der private Geschäftsmann, und er hat sich wie dieser vor deren Auswüchsen zu hüten. Es wird ihm das aber leichter sein als jenem, weil die Leiter der Konsumvereine nicht durch Profitinteressen angetrieben werden und weil die direkt interessierten Inhaber des Geschäftes, die Mitglieder, zugleich auch wieder die an der Zuverlässigkeit der Reklame interessierten Käufer sind. Dr. R. N.

Landwirtschaftliche und allgemeine Konsumvereine. In der Nummer 47 des Schweiz. Konsumverein reproduzierten wir in einem Entrefilet einige Stellen aus einem Vortrage, den Herr Schrämli, Geschäftsführer des Verbandes ostschweizerischer landwirtschaftlicher Genossenschaften, kürzlich im Schoße des Verbandes landwirtschaftlicher Genossenschaften des Kantons Bern hielt, und wir knüpften daran einige kurze Bemerkungen. Dieses Entrefilet wurde vom „Volksrecht“ auszugsweise abgedruckt, worauf der „Genossenschafter“, das Organ des V. o. l. G., in einem Leitartikel sich gegen die Ausführungen des „Volksrecht“ wandte und dabei die Forderung aufstellte, es solle der Verband schweizerischer Konsumvereine erklären, wie er sich zu den landwirtschaftlichen Genossenschaften stelle. Der betreffende Passus des „Genossenschafter“ lautet:

„. . . Wir sind durchaus nicht der Meinung, daß die landw. Konsumgenossenschaften die Arbeiterkonsumvereine oder überhaupt die Konsumvereine bekämpfen sollen. Aber die Bauern haben das Recht, zu verlangen, daß die Konsumvereine aller Art ihren Besitzstand respektieren, wie das umgekehrt auch geschehen soll. An Orten, wo zwei Genossenschaften genügend Umsatz finden, da mögen sich die Arbeiter und Bauern separat organisieren und separat marschieren, ohne sich aber auf dem genossenschaftlichen Boden zu bekämpfen. Ist nur Raum für eine Genossenschaft, soll sich die Minderheit der Mehrheit fügen. Nach unserer Ansicht ist ein Kampf zwischen Genossenschaft und Genossenschaft ein Widersinn, wie er kaum krasser vorkommen kann. Wo ein solcher stattfindet, lachen höchstens Dritte, und am meisten der Zwischenhandel. Ganz gut können landw. Genossenschaftsverbände den Konsumhandel für die Bauern betreiben, und der schweizerische Konsumverein mag es für die Städte und die Arbeiter in stark industriellen Gegenden tun. Es entsteht nun allerdings die Frage, ob der schweiz. Konsumverein das will. Manchmal scheint es so, manchmal nicht. Vielleicht daß die Leitung rücksichtsvoller ist als die Glieder. Die Zeit wird lehren.

Zum Schlusse möchten wir unsere Ansicht in den folgenden Worten niederlegen. Zur Erhaltung und Festigung des Bauernstandes ist es unbedingt notwendig, seine Konsumkraft in Genossenschaften — Genossenschaften für Beschaffung der täglichen Lebensbedürfnisse — zu organisieren. Der Verband landw. Genossenschaften tut das seit anderthalb Jahrzehnten. Er ist in seinem Betrieb erstarkt und leistungsfähig geworden und hat auch die Ueberzeugung gewonnen, daß ein **Zusammengehen der Bauern mit den Arbeiter- und allgemeinen Konsumvereinen im allgemeinen nicht möglich ist.** Sein Bestreben ist, mit diesen Vereinen, den kleinen wie den großen, **in Frieden zu leben.** Sollte das auf der andern Seite nicht belieben, oder sollte man absichtlich uns da oder dort das Wasser abgraben wollen, müßte der V. o. l. G. den **Kampf mit aller Energie und mit allen Mitteln aufnehmen.**

Das ist unsere Meinung. Die Verbandsbehörden wie namentlich unsere Genossenschaften haben nun während des Winters Zeit, diese Angelegenheit eingehend zu beraten und dazu Stellung zu nehmen. Wir glauben aber auch, es sei an der Zeit, daß der schweiz. Konsumverein und seine Glieder ihren Standpunkt präzisieren. Uns will scheinen, daß bei beidseitig gutem Willen eine friedliche Lösung nicht schwierig sein würde.“

Wir hätten nun allerdings erwarten dürfen, daß sich die Redaktion des „Genossenschafter“ in erster Linie über unsere Ausführungen in Nr. 47 des „Schweiz. Konsumverein“ aussprechen würde. Wir hatten uns dort beklagt über die von Herrn Schrämli in seinem Vortrage aufgestellte Behauptung, als wären die Vereine unseres Verbandes Klassenkonsumvereine, und wir haben an einem Beispiel gezeigt, daß der Verband von den aufzunehmenden Vereinen verlangt, daß sie wirklich allgemeine, allen Kreisen der Bevölkerung gleichmäßig dienende Organisationen seien. Gerne hätten wir von der Redaktion des „Genossenschafter“ die gleiche Versicherung gehört, die wir hier mit gutem Gewissen neuerdings geben dürfen: daß niemals einer der Vertreter unseres Verbandes sich über den V. o. l. G. in irgend einer Weise absprechend geäußert oder jemand zum Austritte aus demselben aufgemuntert hat. Wenn von dritter Seite solche Handlungen begangen worden sind, können wir dafür nicht verantwortlich gemacht werden, und wir stehen nicht an, zu erklären, daß wir damit nicht einverstanden sind. Daß die Führer des V. o. l. G. bisher hierin nicht Gegenrecht hielten, wird für uns keine Veranlassung sein, von dieser Richtlinie abzuweichen.

Allerdings ist es für uns, die wir die allgemeinen Konsumenteninteressen vertreten, leichter, uns objektiv auszudrücken, als den Führern des ostschweizerischen Verbandes, die zugestandenermaßen darauf ausgehen, die Landwirte, die in Massen sich unseren Vereinen angeschlossen haben, von uns loszureißen und in Sonderorganisationen zu sammeln. Wer trennen will, gerät eben leicht in Versuchung, zur Verdächtigung zu greifen, während wir, die wir vereinen wollen, weder Veranlassung noch Lust haben, zu diesem verzweifelten Mittel Zuflucht zu nehmen.

Was nun die von der Redaktion des „Genossenschafter“ vorgeschlagene Teilung des Wirtschaftsgebietes anbetrifft, so müssen wir von vornherein den Unterschied hervorheben, der zwischen der landwirtschaftlichen und der allgemeinen Konsumvereinsbewegung besteht.

Wie der „Genossenschafter“ fast in jeder Nummer klagt, müssen die Landwirte von oben herab zur Organisation gedrängt werden, während unsere Vereine spontan aus dem Bedürfnis der Bevölkerung heraus entstehen, die Lebenshaltung zu verbessern. Während also die Leitung des V. o. l. G. sich wohl mit Recht beklagt, daß die Konsumvereinsbewegung in rein landwirtschaftlichen Kreisen viel zu zögernd vorwärts schreitet, geht es bei uns sehr rasch. Aber wir stampfen nirgends Konsumvereine aus dem Boden, und wo die Verhältnisse nicht mit Sicherheit eine gedeihliche Entwicklung erwarten lassen, raten wir von der Gründung von Vereinen ab, allerdings oft ohne Erfolg, denn es handelt sich bei uns, wie schon erwähnt, um eine eigentliche Volksbewegung.

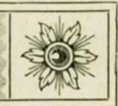
Deshalb wäre es für uns auch unmöglich, einen Pakt einzugehen darüber, wo Konsumvereine sich bilden sollen, und welchem Verbande sie sich anzuschließen haben, also eine Art „Kundenschutz“ einzuführen. Das muß dem freien Ermessen der jungen Organisationen überlassen bleiben. Was wir tun können, ist das, was wir von jeher getan haben: bei unserer Propaganda uns jeder Verunglimpfung unseres Bruderverbandes zu enthalten und die Aufnahme neuer Vereine in unsern Verband davon abhängig zu machen, daß alle Konsumenten gleiche Rechte und Pflichten genießen und daß die finanzielle Grundlage eine möglichst solide sei.

Darüber, ob es wirklich im Interesse der Landwirte läge, sich von den allgemeinen Konsumvereinen abzuwenden und Sonderorganisationen zu bilden, wollen wir für diesmal nicht debattieren. Das zu entscheiden, ist wiederum in erster Linie Sache der Konsumenten selber. Dagegen darf doch wohl gesagt werden, daß es jedenfalls im wohlverstandenen Interesse unserer Landwirtschaft treibenden Bevölkerung liegt, mit den Konsumentenorganisationen

freundliche Beziehungen zu unterhalten, und je mehr Landwirte in unseren Vereinen sitzen, um so leichter wird dies zu bewerkstelligen sein. Konsumvereine zu gründen, um Produzenteninteressen zu fördern, wie dies der V. o. l. G. beabsichtigt, ist u. E. ein Unding und kann nie zu guten Resultaten führen.



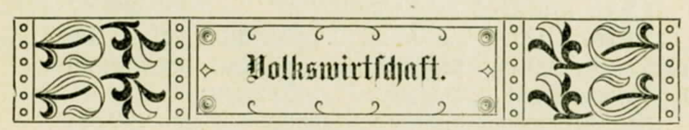
Genossenschaftliche Rundschau.



Zum Umschlagbild. Das Bild auf dem Umschlage der heutigen Nummer führt uns nach Kriens bei Luzern, wo der rührige Allgemeine Konsumverein in Luzern eine Niederlassung besitzt. Es befinden sich dort die neuerrichtete, musterhaft eingerichtete und geführte Molkerei, das Zentrallagerhaus und Stallungen, welche Gebäude auf dem Bild sichtbar sind. Außerdem befinden sich auf dieser Liegenschaft die Schuppen für die Brennmaterialienabteilung und das gewaltige Petroleumreservoir des A. C. V. Von der blühenden Entwicklung unseres Luzerner Verbandsvereins geben folgende Zahlen einen Begriff.

Jahr	Mitglieder	Umsatz	Rückvergütung
1890	1,161	128,800	7,732
1895	3,178	406,900	24,850
1900	7,169	1,082,000	86,600
1905	9,263	2,785,000	222,800
1907	10,743	3,600,000	234,000

Der Verein besitzt 25 Ablagen. Seine Liegenschaften stehen in der Bilanz mit Fr. 1,761,376, wovon Fr. 859,376 auf die Niederlassung in Kriens entfallen. Der Verein ist Mitglied des Verbands seit der Gründung des letztern und befand sich unter den ersten, die das Genossenschaftliche Volksblatt für alle Mitglieder abonnierten. Er ist auch Mitglied des Internationalen Genossenschaftsbundes.



Volkswirtschaft.

Der neue Kontrollbuchvertrag zwischen Bäckern und Müllern, den wir in der Nummer 52 des „Schweiz. Konsumverein" vom Jahre 1908 kurz schilderten, kann, wie wir bereits angedeutet haben, auf Neujahr noch nicht in Kraft treten, da die Müller verschiedene Einwendungen gemacht haben, deren hauptsächlichste darin besteht, daß die Bäcker sich vorerst verpflichten sollen, kein deutsches Mehl mehr zu verarbeiten. In diesem Falle wären natürlich die Mühlen in der Lage, die Preise den jeweiligen Verhältnissen anzupassen und sich für entgangene Kunden entschädigen zu lassen. Die Verhandlungen dauern weiter. Bis jetzt haben dem neuen Kontrollbuchvertrag die folgenden Firmen zugestimmt:

In Zürich: Hch. Weilenmann, Zürich III, Rud. Naegeli, Müller, Zürich, Clarer Hauser & Co., Richterswil; in Bern: Gebr. Richard, Utzenstorf; in Luzern: A. Bonesch, z. Sonne, Zell; in Solothurn: Gust. Bader z. Mühle, Holderbank, Gebr. Mollet, Goßliwil; in St. Gallen: B. Wierer, St. Gallen, W. Vogt & Co., Nürnberg, Ed. Gähwiller, Rorschach, Trischlistr. 24, E. Hausknecht, St. Gallen; im Aargau: H. Baumann, Müller, Seon; im Thurgau: Alfr. Ribi, Ermatingen, Th. Knorr's Wwe., Romanshorn; ferner die Stadtmühle in Munderkingen, Karl Ilg, Kempten-Bayern, Moritz Neu, Darmstadt, Philipp Adler, Bamberg, Vereinigte Kunstmühlen, Landshut.

Die Zürcher Marktordnung. Zu Anfang des letzten Jahres wurde der Stadtrat von Zürich eingeladen, zu prüfen, ob und in welcher Weise die Marktordnung zu revidieren sei und ob nicht den für das konsumierende Publikum nachteiligen Folgen des Vorkaufes mehr und erfolgreicher entgegengearbeitet werden könne.

Bekanntlich spielt auf den städtischen Lebensmittelmärkten der Vorkauf eine große Rolle, so auch in Zürich. Darüber lesen wir im stadträtlichen Bericht: „Unter einem die Konsumenten schädigenden Vorkaufe wird überall verstanden: der massenhafte Ankauf von für den Markt bestimmten Waren zum Zwecke ihres Wiederverkaufs, wobei einige Händler sich zu Herren des Marktes machen und nach ihrem Belieben den Preis ihrer Konsumartikel bestimmen. Salis nennt diese Art des Vorkaufs im zweiten Bande seines „Bundesrecht" mit Grund eine „Ausbeutung der Handelsfreiheit durch wenige zum Schaden der Mehrheit." Daß solcher Verkauf um so unheilvoller wirken muß, je kleiner das Marktgebiet und je unentbehrlicher die vorweg gekaufte Ware für das Publikum ist, leuchtet ein. Es darf gesagt werden, daß derselbe solche Märkte geradezu ihres wahren Charakters beraubt, auf denen im kleinen um Waren gehandelt wird, die, wie Gemüse und Früchte, zum täglichen Verkehre bestimmt sind, daß er ihrer Bestimmung entgegenwirkt und eine völlige Unfreiheit der Käufer herbeiführt.

Die Zürcher Stadtbehörde will nun aber von einem Verbot des Vorkaufs nichts wissen, obschon sie wohl weiß, daß ein solches Verbot bundesrechtlich zulässig ist. Es wäre aber wünschbar, daß sich im Schoße des Zürcher Stadtrates dieselbe Sinnesänderung vollziehen würde, wie s. Z. im Bundesrat. In den Jahren 1876, 1879 und 1884 erklärte unsere oberste Exekutivbehörde das Vorkaufsverbot als mit Art. 31 der Bundesverfassung unvereinbar. Es war Herrn Ruchonnet vorbehalten, einen gegenteiligen und die zukünftige Spruchpraxis präjudizierenden Beschluß herbeizuführen, der Zeugnis ablegt von einer gründlichen Auffassung der kommunalen Aufgaben im Lebensmittelmarktverkehr. Es heißt da in der Motivierung eines abgewiesenen Rekurses gegen das freiburgische Vorkaufsverbot:

Ende der 70er Jahre ist die bundesrätliche Praxis mit Bezug auf die Art. 31 der Verfassung von der früher beliebten, theoretischen und deshalb den wirklichen Bedürfnissen des Lebens zu wenig Rechnung tragenden Auffassung und Anwendung des Freiheitsbegriffes mehr zurückgekommen.

Der leitende Gedanke der Behörde war überall der, daß die Freiheit notwendig ihre Grenze habe und, in allzu reichem Maße gewährt, in ein Vorrecht Einzelner zum Nachteile der großen Menge ausarte. Je nachdem ist es nichts anderes als die Ausbeutung der Handelsfreiheit durch Wenige zum Schaden der Mehrheit. Wenige machen sich durch solche Ankäufe zum Herrn des Marktes und bestimmen sodann nach ihrem Belieben den Preis der Ware. Daß der Vorkauf um so unheilvoller wirken muß, je kleiner das Marktgebiet und je unentbehrlicher die vorweg gekaufte Ware für das konsumierende Publikum ist, leuchtet ein. Das hat die Bundesverfassung durch Art. 31 nicht sanktionieren wollen.

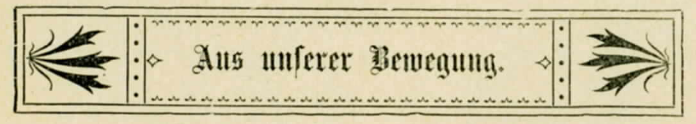
Es ist Pflicht der Behörden, überall da die kapitallose Arbeit zu schützen, wo bestimmte örtliche Gründe Teuerungszustände hervorrufen. Zu diesen örtlichen Gründen gehört in Zürich, und auch in andern Städten, die Zunahme des Konsums, welcher die Preise rascher steigen läßt als das Einkommen aus geleisteter Arbeit wächst. Da ist es nun entschieden verwerflich, gegenüber der durch vermehrte Nachfrage hervorgerufenen Preissteigerung noch die Möglichkeit eines Händler-Monopolpreises bestehen zu lassen. Der Vorkauf, ob er nun in dieser oder jener mildern Form vorkommt, ermöglicht stets eine künstliche, willkürliche und unmotivierte Preissteigerung. Die Versorgung mit billigen Lebensmitteln ist aber namentlich in den ärmeren Vierteln der großen Städte eine absolute Notwendigkeit, und daher ist gerade gegenüber jenen Bevölkerungskreisen das Bestehenlassen des Vorkaufs eine die Fürsorge hindernde Einrichtung.

Aus der Praxis.

Kelleranlagen. (O.-Korr.) In dem neu zu erstellenden Gebäude der Konsumgenossenschaft in Solothurn soll, anstoßend an den Wohnhauskeller und *direkt unter der eigentlichen Bäckerei* (d. h. unter dem Backraum, die Ofenanlage befindet sich außerhalb des Gebäudes) ein *Lagerkeller für Käse* eingerichtet werden. Unter diesen beiden Kellern ist die Erstellung eines zweiten Souterrains geplant, bestimmt als *Weinlagerkeller*. Der erste Keller befindet sich 2,70 m unter dem Straßenniveau, die Bodenverhältnisse gestatten die Ausnützung des Terrains bis auf eine weitere Tiefe von gut 4 Metern.

Frage: Welche Erfahrungen sind bei Ausführung ähnlicher Anlagen gemacht worden betreffend Wasserandrang und dessen Ableitung, Ventilation, Beleuchtung, Temperatur etc., überhaupt welches sind die Hauptmerkmale, die zu berücksichtigen sind, um Käs- und Wein-Lagerkeller in jeder Hinsicht als „mustergültige" bezeichnen und danach einrichten zu können? Welche Minimalhöhe soll angenommen werden für Käse- und Weinkeller? Wie soll der Boden des Weinkellers beschaffen sein, ist Betonierung mit Zementüberzug zu empfehlen? Eine baldige, recht vielseitige und möglichst erschöpfende Antwort auf diese Frage, von langjährigen Praktikern im Genossenschaftswesen herrührend, dürfte nicht nur für den Fragesteller, sondern noch für weitere Vereine von großem Interesse sein.

Konsumvereins-Schuhreparaturenwerkstätten. Wir erhalten folgendes Schreiben: Jeder Konsumverein, der seinen Mitgliedern Schuhe vermittelt, sollte ihnen durch Einrichtung und Betrieb einer eigenen Werkstatt die Gelegenheit geben, sie nötigenfalls auch gut und preiswert *reparieren* zu lassen. Denn wohl für alle Schuhe, auch wenn sie durch den Konsumverein vermittelt worden sind, kommt einmal die Zeit, wo sie geflickt oder gesohlt werden müssen und wo der betreffende Konsument vor der Frage steht: Wo lasse ich mir meine Konsumschuhe am besten wieder in Stand stellen? Denn es ist immer eine etwas heikle Sache, die Reparaturen bei einem Schuhmacher vornehmen zu lassen, der selber Schuhhändler ist, und kleinern Flickschuster kann man feinere Sachen nicht immer anvertrauen, weil sie das nötige Material nicht besitzen. Es scheint mir, daß es eine ganz natürliche und selbstverständliche Aufgabe der Schuhe vermittelnden Konsumvereine ist, ihre Anstalten durch Einrichtung und Betrieb einer eigenen Schusterwerkstatt, die übrigens auch neue Schuhe nach Maß anfertigen müßte, zu ergänzen. Die Ausführung dieses Postulates bringt sicherlich keine zu großen Schwierigkeiten mit sich. Bereits bestehen Vereine, die ihren Betrieb in dieser Weise ergänzt haben und die gewiß gerne bereit sind, an dieser Stelle ihre gemachten Erfahrungen den Brudervereinen zur Kenntnis zu bringen. Jedenfalls ist die Einrichtung und der Betrieb der eigenen Schusterwerkstatt überall da an die Hand zu nehmen, wo die Höhe des Schuhwarenumsatzes auf eine genügende Beschäftigung schließen läßt. Falsch wäre es wohl, wenn auf die bereits vorhandenen Schuhmacher Rücksicht genommen würde. Denn eine solche Logik müßte ja schließlich die Auflösung des Konsumvereins herbeiführen. F.



Aus unserer Bewegung.

Langnau-Gattikon. Dem 39. Bericht an die Mitglieder des dortigen Verbandvereins entnehmen wir folgende Angaben:

Der Gesamtwarenumsatz vom 31. Oktober 1907 bis 31. Oktober 1908 beträgt Fr. 122,800 oder Fr. 14,120 mehr als 1906/07. Der Warenumsatz der Mitglieder beträgt Fr. 110,000, d. h. Fr. 7600 mehr als im Vorjahr. Der durchschnittliche Warenbezug eines Mitgliedes beträgt Fr. 688. Die Genossenschafter im zürcherischen Sihltale haben aso die frühere Höhe des Durchschnittskonsums nicht nur wieder erreicht, sondern noch eine höhere Position gewonnen. Dagegen vermissen wir leider immer noch die Anlage eines Reservefonds. In Zeiten der Krisis trägt kein Mensch etwas von der reichlich empfangenen Rückvergütung in die Genossenschaft zurück, deshalb sollte in guten Zeiten für die Tage der Not etwas bei Seite gelegt werden, wie es alle andern Verbandsvereine tun. „Unverantwortlich hoch", wie sich der Bericht ganz richtig ausdrückt, sind die Ausstände (Fr. 9000). Diese Summe hängt wie ein Bleigewicht am Verein, der dadurch am Vorwärtskommen gehindert ist. Der Posten bedeutet aber auch eine Ungerechtigkeit gegenüber jedem einzelnen Mitglied, das seine Rappen hinlegen muß, damit der Verein den nicht barzahlenden Mitgliedern Waren auf langfristigen Kredit liefern kann. Mit diesen 9000 Fr. hätte die letztjährige Amortisation von Fr. 5000 an der Sparkassaschuld um mindestens Fr. 2000 erhöht werden können. Daß volle Fr. 3000 weniger abbezahlt wurden, ist zu bedauern. Das Lohnkonto ist um beinahe Fr. 1000 höher als im Vorjahre, die der Verein doch auch nicht schuldig bleiben durfte.

Wir empfehlen dem Vorstand, energisch auf Barzahlung zu dringen; andere Verbandsvereine haben den Schritt auch gewagt und es hat sie nie gereut, selbst dann nicht, wenn einige Pseudogenossenschafter und dubiose Warenbezüger absprangen.

Im weiteren notieren wir aus der Bilanz: Fr. 56,804 Liegenschaften (Abschreibung Fr. 100), Fr. 1500 Mobiliar (Abschreibung Fr. 437), Fr. 12,300 Wareninventar, Fr. 23,000 Anleihen, Fr. 33,350 Vereinsmitgliederguthaben. Der Betriebsüberschuß von Fr. 11,828 fällt ganz den Mitgliedern und Nichtmitgliedern zu.

Luzern. Ueber die am 20. Dezember abgehaltene Generalversammlung des dortigen Verbandsvereins wird dem Zentralschweiz. „Demokrat" geschrieben:

„Die Generalversammlung war von zirka 800 Personen besucht. Sie war aber so rasch beendigt, wie bis heute noch keine derartige Versammlung des Allgem. Konsumvereins. Nach Antrag der Rechnungsprüfungskommission wurde der Jahresbericht und die Rechnung genehmigt.

Die Hoffnungen gewisser „Freunde" des Allgemeinen Konsumvereins, daß die diesjährige niedrigere Rückvergütung (6 1/2 Prozent gegen 7 1/2 Prozent im vorletzten Jahre) einen „Krach" verursache, wurden zu Wasser. Die große Mehrheit der Versammlung begriff, daß das eine vorübergehende, durch das Ergebnis der Molkerei bedingte Erscheinung sei. Die Molkerei hatte, wie jedes junge Unternehmen von solchem Umfang, speziell im ersten Jahre mit Schwierigkeiten zu kämpfen, und eine Rendite von Anfang erwartete überhaupt kein mit den Verhältnissen auch nur einigermaßen Vertrauter. Durch den letztjährigen Beschluß, auch die Milchbezüge in die Rückvergütung einzubeziehen, wurde der Prozentsatz der letztern freilich etwas reduziert, dafür erwies sich jener aber auch als mächtiger Stimulus für die Frequentierung der Konsummolkerei. Alle jene, die der Genossenschaft auch in dieser Hinsicht Treue bewahrten, sind nicht benachteiligt worden, und wer nach wie vor seine Milch bei den Privathändlern bezieht, hat ebenfalls von der Konsummolkerei profitiert, da die Händler ja der letztern „zulieb" extra den Milchpreis herabsetzten. Die Konsummolkerei ist heute schon eine segensreiche Institution und wird das in allernächster Zukunft noch in vermehrtem Maße werden, sofern die Mitglieder sich von genossenschaftlichen Motiven und nicht von engherzigem, kurzsichtigem Krämergeiste leiten lassen.

In die Kontrollkommission wurden gewählt die Bankbeamten *Pfister* und *Häfliger* (bisherige) und Schriftsetzer *Eigeldinger* (neu). Als Ersatzmänner beliebten

die Bankbeamten **Hunkeler** und **Berner**, Angestellte des Luzerner Brauhauses."

Wir werden in der nächsten Nummer des „Schweiz. Konsumverein" auf den Bericht über das letzte Rechnungsjahr zurückkommen.

Menziken-Burg. Trotz der unerfreulichen Konjunktur in den Jahren 1907 und 1908 hat unser dortiger Verbandsverein erfreuliche Fortschritte gemacht. Die Mitgliederzahl stieg von 63 auf 84 und der Umsatz von Fr. 29,700 auf Fr. 38,700. Vom Verband wurden für Fr. 12,000 Waren bezogen. Der Nettoüberschuß betrug Ende September l. J. Fr. 1110. Es ermöglicht das die Auszahlung einer Rückvergütung von 6 % der Warenbezüge an die Mitglieder und von 5 % an die Nichtmitglieder. Am Schlusse des Rechnungsjahres betrug der Warenvorrat Fr. 8000, die Reserven Fr. 1500, das Kreditorenkonto Fr. 2331. Sämtliche Mitglieder erhalten das „Genossenschaftliche Volksblatt".

Papiermühle. Der Bericht über das sechste Geschäftsjahr 1907/08 zeigt wieder einen befriedigenden Abschluß. Der Mitgliederbestand weist eine Vermehrung von 27 Mitgliedern (gegenwärtig 190) und der Umsatz eine solche von Fr. 10,461 (Fr. 66,700) auf. Der Durchschnitt der Bezüge pro Mitglied beträgt Fr. 337 gegenüber Fr. 328 im Vorjahre. Von der Zentralstelle in Basel wurden Waren im Betrage von Fr. 46,881 bezogen, was ca. 69 % sämtlicher Einkäufe ausmacht.

Die Sparkasse schuldete den Mitgliedern am 1. Oktober 1907 Fr. 9359, am 1. Oktober 1908 hatten die Sparer Fr. 12,334 zu gut.

Der Betriebsüberschuß von Fr. 7813 soll folgendermaßen verteilt werden: Reservefonds Fr. 1560, Unterstützungsfonds Fr. 20, Rückvergütung (8% von Fr. 66,700) Fr. 5336 und Vortrag auf neue Rechnung Fr. 897.

In der Schlußbilanz ist das Warenkonto mit Fr. 19,281, das Mobilienkonto, nach Abschreibung von 10 %, mit Fr. 2520, das Immobilienkonto, nach Abschreibung von 1 ‰, mit Fr. 48,432 und das Reserve- und Baufondskonto mit Fr. 5346 aufgeführt.

Der Verein hat seit Jahren sämtlicher Mitglieder auf das „Genossenschaftliche Volksblatt" abonniert.

St. Gallen. Am 21. Dezember hielt der Konsumverein in St. Gallen eine außerordentliche Generalversammlung ab, an der 76 Aktionäre anwesend waren, die 8992 eigene Aktien und 332 fremde, also total 9324 Aktien vertraten mit 1030 Stimmen. (76 Mann mit 1030 Stimmen — welches Zerrbild von einer demokratischen Organisation!) Es handelte sich in erster Linie um die Ratifikation eines vom Verwaltungsrat abgeschlossenen Kaufvertrags über zwei Liegenschaften. An deren Stelle soll ein zweckentsprechender Bau erstellt werden. Dieser würde enthalten: Kellerungen, ein geräumiges Souterrain für Gemüsehandel, einen Laden mit Magazin für den Konsumverein, ein Verkaufslokal, ein Ladenlokal zum vermieten, sodann 4 Wohnungen im ersten, zweiten, dritten und vierten Stockwerk von je 9 Zimmern mit allem nötigen komfortablen Zubehör.

Die Erstellungskosten dieser Neubaute würden sich auf rund Fr. 210,000 stellen, so daß der Gesamtkostenaufwand für Bauplatz und Neubaute auf rund Fr. 468,000 zu stehen käme. Die angekauften Liegenschaften werden auf 1. Mai 1909 angetreten. Die Rentabilitätsberechnung stellt sich nicht ungünstig, da die Mietseinnahmen der vier Wohnungen sich auf rund Fr. 10,000 und die des Ladens sich auf rund Fr. 6000 stellen würden.

Herr Architekt Heene erläuterte die Grundrisse und Pläne für eine Neubaute. Die vier Wohnungen sind dem Platze entsprechend als Herrschaftswohnungen gedacht, die dem Unternehmen einen anständigen Zins eintragen sollen. Sie sollen gesonderten Eingang erhalten. Der Eingang für das Publikum in die Gemüsehalle, die hell und geräumig wird, würde vom Marktplatz her erfolgen, während die Einfahrt für Handwagen in dieselbe von der Engelgasse aus ermöglicht würde. Wie an einem ausgestellten Gipsmodell ersichtlich war, soll die Neubaute auch eine neuzeitliche und mit den anderen Gebäuden des Platzes harmonische äußere Gestaltung erhalten (Balkone, Erker, Lauben). Das Haus soll aus solidem Material massiv ausgeführt werden.

Ohne Opposition wurden sodann folgende drei Anträge des Verwaltungsrates einstimmig gutgeheißen:

1. Die Generalversammlung erteilt dem vom Verwaltungsrat abgeschlossenen Kaufvertrag betreffend die oben genannten beiden Liegenschaften im Preise von Fr. 258,000 die nachträgliche Genehmigung.

2. Dem Verwaltungsrat wird für die Niederlegung der beiden Häuser und die Erstellung eines Neubaues daselbst ein Kredit von Fr. 210,000 erteilt.

3. Dem Verwaltungsrat wird Vollmacht erteilt, für die Beschaffung der nötigen Geldmittel von Fr. 468,000 die geeigneten Maßnahmen zu treffen.

Töß. Dem 39. Jahresberichte unseres Verbandsvereins in Töß entnehmen wir folgende Mitteilungen: Der Totalumsatz weist mit Fr. 598,698 gegenüber dem Vorjahre eine Zunahme um Fr. 92,626 oder 17 % auf. An dieser Vermehrung ist die Schuhwarenabteilung mit Fr. 20,000 beteiligt. In der Bäckerei wurden 20,300 Kilo Mehl mehr verbacken als im Vorjahre. Die Preise für Kohlen, Holz wie auch für Getreide und Mehl drückten auf die Brotpreise. Infolge der quantitativ geringen Weinernte nahm der Konsum im Most merklich zu, ebenso der Bierverkauf. Im Februar 1908 wurde in Neftenbach das 13. Verkaufslokal eröffnet. Die Ergebnisse der ersten vier Monate lassen eine namhafte Verstärkung der Genossenschaft erwarten. Unter den Fr. 32,301 (1906/07 Fr. 30,733) betragenden Unkosten heben wir hervor: Fr. 10,865 Löhne, Fr. 2666 Steuern und Patente, Fr. 6440 Zinsen und Fr. 850 Neujahrsgeschenke an Nichtmitglieder. Nach Abzug aller Unkosten verblieb ein Betriebsüberschuß von Fr. 45,588, der folgende Verwendung finden soll: Fr. 1700 Abschreibungen an Mobilien und Immobilien, Fr. 1000 Abschreibung an dem Debitorenkonto, Fr. 4300 Einlage in den Unterstützungs- und Fr. 3000 in den Reservefonds. Den Rest von Fr. 34,425 erhalten die Mitglieder als 7 ½ %-ige Rückvergütung auf ihren Bezügen und Fr. 1681 werden auf neue Rechnung vorgetragen. Nach erfolgter Abschreibung haben die Immobilien einen Buchwert von Fr. 115,500. Das Vermögen der Unterstützungskasse beträgt Fr. 32,840. Mit der diesjährigen Zuweisung steigt der Reservefonds auf rund Fr. 50,000 an. Zu Vergabungszwecken wurden Fr. 1000 verwendet, welche gemeinnützigen Institutionen von Töß und Umgebung zukamen. Ende Juni 1908 zählte die rührige Genossenschaft 1205 Mitglieder.

Wattwil. Laut dem Rechnungsabschluß pro 1907/08 unseres dortigen Verbandsvereins hat die bisher erfreuliche Entwicklung des dortigen Konsumvereins einen Rückschlag erfahren, der ohne Zweifel auf die Krisis in der st. gallischen Industrie zurückzuführen ist.

Bei einem Umsatz von Fr. 168,530 (1906/07 Fr. 190,412) schließt die Rechnung ab mit einer Ersparnis von Fr. 17,570 gegenüber Fr. 20,600 im Vorjahre. Davon werden Fr. 16,250, d. h. 10 % der Warenbezüge, den Mitgliedern rückvergütet und Fr. 1321 auf neue Rechnung vorgetragen. In der Betriebsrechnung figurieren bereits Fr. 1540 Zuweisung an die Reserven und Fr. 1000 Abschreibungen an Immobilien und Mobilien. An Steuern mußten rund Fr. 3500 entrichtet werden. In der Bilanz sind die Warenbestände auf Fr. 91,600 gewertet. Die Liegenschaften stehen mit Fr. 33,200 zu Buch und sind mit Fr. 30,000 Hypotheken belastet. Neun Debitoren schulden Fr. 1656, und an sieben Kreditoren schuldet der Verein Fr. 23,413. Das Reservekonto ist auf Ende des Berichtsjahres auf Fr. 21,250 angestiegen. Obligationen und Anteilscheine figurieren unter den Passiven mit Fr. 37,200.

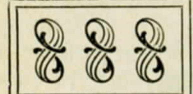
Etwas mehr Propaganda über Zweck und Ziel der

Konsumentenvereinigungen dürfte auch in Wattwil von Gutem sein.

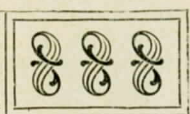
Yverdon. Dem in Nr. 26 von „La Coopération“ publizierten Jahresbericht des Konsumvereins in Yverdon entnehmen wir folgende Angaben:

Der Umsatz vermehrte sich um rund Fr. 29,000 und erreichte die Summe von Fr. 213,000. Der Nettoüberschuß betrug Fr. 14,046. Von dieser Summe wurden Fr. 1404 dem Reservefonds zugewiesen und Fr. 1000 zu Abschreibungen verwendet. Mit Fr. 636 wurden die voll einbezahlten Anteilscheine zu 4 % verzinst und den Mitgliedern Fr. 9752 rückvergütet (6 % auf 162,543). Endlich erhielten die Angestellten Fr. 900 Gratifikationen und Fr. 353 wurden auf neue Rechnung vorgetragen.

Die Warenvorräte sind mit Fr. 48,500 Inventarwert in die Bilanz eingestellt. Der Reservefonds ist auf die Höhe von Fr. 8600 angewachsen. Sämtliche 750 Mitglieder sind auf unser französisches Organ abonniert.



Verbandsnachrichten.



Die Verbandsdirektion hat in ihrer Sitzung vom 30. September 1908 in den Verband aufgenommen:

Konsumverein von Grafstall-Kempttal und Umgebung (Zürich),

Genossenschaft, gegründet am 15. August 1908, eingetragen im Handelsregister am 7. Dezember 1908, 80 Mitglieder, zugeteilt dem Kreise XII (Vorort Töß).

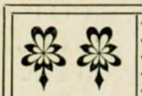
* * *

Verbandsvorstand. Wie wir in der Nr. 42 des „Schweiz. Konsum-Verein“ vom Jahre 1908 mitteilten, hatte das Appellationsgericht des Kantons Basel-Stadt Herrn Dr. O. Schär, der an der letzten Delegiertenversammlung als Mitglied des Verbandsvorstands und der Verbandsdirektion gewählt worden ist, aufgefordert, von diesem Amte, wie auch von der Stelle eines Genossenschaftsratsmitgliedes des A. C. V. in Basel zurückzutreten. Seither ist dieser Beschluß des Appellationsgerichts insofern modifiziert worden, als Herrn Dr. Schär die Tätigkeit im Genossenschaftsrate des A. C. V. auch weiterhin gestattet wurde. Dagegen beharrte das Gericht auf der Forderung des Rücktrittes von der Stelle eines Vorstands- und Direktionsmitgliedes des Verbandes schweiz. Konsumvereine, und es sah sich deshalb Herr Dr. Schär veranlaßt, aus unserer obersten Behörde auszuscheiden.

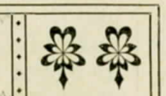
So bedauerlich für unsere Sache das Verlangen des Basler Appellationsgerichts ist, so sah sich doch der Verbandsvorstand außer stande, dagegen ein wirksames Rechtsmittel zu ergreifen. Das Appellationsgericht ist in der vorliegenden Frage die letzte Instanz; ein Appell an den Bundesrat ist ausgeschlossen, einzig an das Bundesgericht könnte rekuriert werden. Angesichts früherer Entscheide dieser Behörde wäre aber ein Erfolg so gut wie ausgeschlossen, und es hat deshalb Herr Dr. Schär, der allein dazu legitimiert gewesen wäre, beschlossen, von einem Rekurs abzusehen.

So sah sich denn der Verbandsvorstand zu seinem lebhaften Bedauern veranlaßt, die Demission des Herrn Dr. Schär anzunehmen, unter bester Verdankung der dem Verbande geleisteten trefflichen Dienste.

An der Basler Bevölkerung liegt es nun, eine so rückständige Bestimmung, wie die dem Entscheide des Appellationsgerichtes zu Grunde liegende, aus dem Gesetze auszumerzen, um solchen Vorkommnissen in Zukunft vorzubeugen.

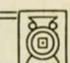


Wahrsprüche und Leitsätze.



Im Grunde ist und bleibt die Arbeit das schöpferische Element, welches alle Werte im Haushalt der Gesellschaft hervorbringt, während das Kapital, selbst nur das Ergebnis früherer Arbeit, ohne Verbindung mit derselben zum bloßen Konsumtionsmittel herabsinkt und völlig tot ist und sich verzehrt, wird es nicht wieder bei einem produktiven Unternehmen angelegt. Allein das verhindert nicht, daß sich das Verhältnis zwischen beiden in unsern dichtbevölkerten Staaten immer mehr zu Gunsten des Letztern wendet. Damit geht naturgemäß die Tendenz der Anhäufung des Kapitals in einem beschränkten Kreise, welcher alsdann die einschlagenden Unternehmungen mehr und mehr in seine Gewalt bekommt, Hand in Hand, so daß man nach dem bekannten Spruch: „Wer da hat, dem wird gegeben“ fast eine gewisse metallische Anziehungskraft anzunehmen versucht ist. Immer seltener gelingt es dem mittellosen Arbeiter, sich diesem exklusiven Kreise einzubürgern, da derselbe mit aller Eifersucht einer bevorzugten Klasse Jeden von den Vorteilen des faktisch ausgeübten Monopols auszuschließen bemüht ist. Fast immer sehen wir daher die Gesamtheit der Kapitalisten den Arbeitern gegenüber im gemeinsamen, wohlverstandenen Interesse operieren; ein Bündnis, welches, wenn auch nicht offen erklärt, mit tausend geheimen Fäden den ganzen Verkehr umsponnen, ja sogar die bürgerliche Gesetzgebung sich dienstbar gemacht hat. Bei diesem Stande der Sache wird es niemanden Wunder nehmen, daß von den sozialen Systemen, welche die letzte Zeit uns gebracht hat, dem Kapitale so häufig der Krieg angekündigt ist. Nur hat man dabei übersehen, daß es sich hier nicht um etwas Willkürliches handelt, was sich ebenso füglich anders einrichten läßt, daß vielmehr die Erscheinungen auf volkswirtschaftlichem Gebiete ebenso gut bestimmten, in ihrem eigensten Wesen begründeten Gesetzen unterliegen, wie die der organischen Natur. Nicht also ein vergebliches Ankämpfen gegen diese Gesetze, sondern Bestrebungen, den Erfolg zu sichern, und statt des unfruchtbaren Versuches, dem Kapital seine Bedeutung in der Volkswirtschaft zu entziehen, wird es sich vielmehr darum handeln, die Vorteile desselben auch den Unbemittelten zugänglich zu machen. Und das ist es eben, was die Associationen auf eine ebenso natürliche als einfache Weise bezwecken.

Schulze-Delitzsch.



Lustige Ecke.

Spezierer und Bäcker. In Nr. 51 der „Schweiz. Bäcker- und Konditorenztg.“ steht folgendes ergötzliche Geschichtchen:

„Was für seltsame Blüten der Konkurrenzneid treibt, soll in Nachstehendem kund und zu wissen getan werden.

Hatten da in einer Stadt der Ostschweiz die Spezereihändler Sitzung, um über die Konkurrenz des dortigen Konsumvereins gemeinsam zu beraten.

Ein „ganz Gescheiter“ fand nun heraus und stellte auch den Antrag, man solle die dortigen Bäcker und Milchhändler dazu auffordern, die Brot resp. die Milchpreise herunter zu setzen, um so den Konsumverein zu zwingen, dies mit seinen Preisen auch zu tun, was einen günstigen Einfluß hätte auf die Preise der Spezereiwaren, bezw. auf die Konkurrenz in denselben.

Der nämliche Herr erklärte sogar, daß, wenn die Mitglieder mit seinem Antrage nicht einverstanden wären, er von sich aus mit den Bäckern und Milchhändlern verhandeln werde! Sollten diese nicht auf sein Verlangen eintreten, so werde er selbst einen Brothandel anfangen und so die Bäcker samt dem Konsumverein zwingen, die Preise herunterzusetzen. Vom Milchhandel scheint er nichts gesagt zu haben.

Was sagen nun unsere Kollegen zu einem solchen Gebaren? Muß man da nicht unwillkürlich auf die Vermutung kommen, die Vorfahren dieses Herrn seien seinerzeit in Palästina oder Polen herumgekrabbelt? Eine andere Auslegung für eine solch gemeine Anrempelung seitens dieses Spezereihändlers kann es kaum geben.

Warum hat dieser Herr nicht zugleich die Tuch- und Wollwarenhändler, die Metzger mit den Würsten und Speck usw. um Reduktion ihrer Preise angegangen, da der Konsumverein diese Waren auch führt? Sollen die Bäcker und Milchhändler allein die gebratenen Kastanien aus dem Feuer holen? O heiliger Simplizius!

Die allein richtige Antwort seitens der Bäcker und Milchhändler wäre, dieses Herrn Geschäft fortan nicht mehr mit Aufträgen zu beehren. Auf einen groben Klotz gehört ein grober Keil!“

Redaktion: Ulrich Meyer, Basel.

Verzeichnis

der

von der Zentralstelle des Verbands schweiz. Konsumvereine geführten Waren.

I. Abteilung.

Kolonialwaren:

Aepfel
Aprikosen
Birnen
Canariensamen
Corinthen
Erbsen
Feigen
Gerste
Gewürze
Gries
Haferartikel
Hanfsamen
Haselnußkernen
Honig
Kaffee, roh
" geröstet
Kirschen
Kräutertee
Leinsamen
Linsen
Mandeln
Reis
Reisflocken
Rosinen
Rübsamen
Sago
Schnittbohnen
Süßholz
Süßholzsaft
Sultaninen
Tapioka
Tee
Vanille
Vogelfutter
Wachholderbeeren
Weinbeeren
Weizenmehl, geröstet
Zwetschgen

II. Abteilung.

Zucker u. Landesprodukte:

Kandiszucker
Raff. Zucker
Citronen
Futtermehl
Kartoffeln
Kastanien
Kleie
Knoblauch
Mais
Mandarinen
Mehl
Nüsse
Orangen
Rüben
Tafelobst
Weizen
Zwiebeln

III. Abteilung.

Schreibwaren und Bureau-artikel:

Anfertigung von Drucksachen aller Art
Blei- und Farbstifte
Briefklammern und Bureaunadeln
Bureau-Möbel und -Einrichtungen
Couverts
Copierstifte
Farbbänder für Schreibmaschinen
Flüssiger Leim
Geschäftsbücher
Gratulations- und Trauerkarten
Kohlenpapiere f. Schreibmaschinen
Küchenstreifen
Kopierpressen
Lineale und Maßstäbe
Löschpapier
Luxuspapiere
Notizbücher und Formulare
Pack- und Einwickelpapiere
Papeterien
Papiersäcke
Papierlaternen
Postpapier
Postkarten mit Ansichten und Phantasie
Radiergummi
Reißbrettstifte
Schreibhefte
Schreibfedern und Halter
Schreibmaschinen
Siegellack
Spielkarten
Tinten

IV. Abteilung.

Fabrikations- und Wäsche-Artikel:

Backpulver
Bindfaden
Biscuits
Bodenöl
Bürstenwaren
Cacao
Chocolade
Campher
Cichorien
Cigarren
Citrol
Citronelle
Condensierte Milch
Confiserie
Confitüren
Conserven
Eierfarben
Eisenfässer
Emailwaren
Essenzen
Essig
Faßtalg
Feueranzünder
Flaschen
Fliegenpapier
Geschirrwaren
Glaubersalz
Gummisauger
Haushaltungsartikel
Hirschleder
Isländisch Moos-Tabletten
Kerzen
Kindermehl
Korbwaren
Korkzapfen
Kornkaffee
Kupfervitriol
Lederfett
Leim
Limonaden
Malzkaffee
Marktnetze
Melasse
Metall-Politur
Nachtlichter
Natron
Oelapparate
Meßapparate aller Art, Pumpen rc.
Paidol
Paniermehl
Parfümerie- und Toiletteartikel
Parkettbodenwichse
Peppermint
Putzpasta
Putzpommade
Putzsteine
Reisstrohbesen
Safran
Sauerkraut
Sauerrüben
Schaufenstergestelle und -Dekorationen
Schiefertafeln
Schuhcrême
Schuhwichse
Schwämme
Schwefel- u. Süßbrand-Schnitten
Schwefelblüten
Seilerwaren
Senf
Sirup
Stahlspäne
Suppenartikel
Tabake
Teigwaren
Terpentinöl
Tomaten
Türvorlagen
Wachs
Wagenfett
Zündhölzer
Zwieback

*

Amlung
Blauholz
Borax
Fettlaugenmehl
Panamarinde
Seifen
Soda
Sodasalz
Sodex
Waschblau
Waschpulver

V. Abteilung.

Weine:

Alkoholfreie Weine und Getränke
Liqueurs
Malagawein
Most
Weine, in- und ausländische

VI. Abteilung.

Brennmaterialien:

Brennsprit
Kohlen:
Anthracit
Brikette
Coks
Glättekohlen
Maschinenkohlen
Schmiedekohlen
Stückkohlen
Würfelkohlen
Lampenöl
Petroleum

VII. Abteilung.

Fleischwaren, Eier, Käse, Butter, Fette und Oele:

Butter
Cocosfett
Eier
Fleischextrakt
Fleischwaren
Fleischkonserven
Fischkonserven
Käse
Kochfett
Meerfische
Nierenfett
Nußöl
Ochsenmaulsalat
Olivenöl
Salami
Salametti
Schweinefett
Sesamöl
Wurstwaren

VIII. Abteilung.

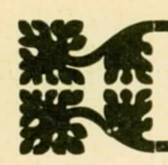
Manufakturen:

Arbeiterkleider
Baumwolltücher
Cravatten
Damenkleiderstoffe
Damenwäsche
Herrenkleiderstoffe
Herrenwäsche
Hosenträger
Kinderartikel
Leinenwaren
Normalwäsche
Papierkragen
Schürzen
Strick- und Häckelgarne
Strumpfwaren
Unterkleider
Vorhangstoffe
Wolldecken
Bettdecken

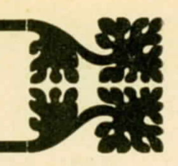
IX. Abteilung.

Schuhwaren:

Elastique-Bottinen
Endefinken und Stiefel
Filz-Finken
Gummischuhe
Halbschuhe
Haus- und Reisepantoffeln
Holzschuhe
Jagd- und Bergschuhe
Knopfschuhe
Laschenschuhe
Militärschuhe
Schaft-Stiefel
Schnallenschuhe
Schnürschuhe
Turnschuhe
Schuhschoner: Blackey



Abteilung Auskunft.



Vor einigen Monaten wurde der Zentralstelle des V. S. K. die Abteilung **Auskunft** angegliedert. Der Beweggrund zur Schaffung dieser Institution ist darin zu suchen, daß sich unser Verband nicht damit begnügen soll, den Vereinen Waren zu möglichst günstigen Bedingungen zu vermitteln und neue Konsumvereine ins Leben zu rufen, sondern daß er auch dafür sorgen muß, daß die innere Organisation der Verbandsvereine eine gesunde und rationelle sei und denselben ein kräftiges Vorwärtsschreiten ermöglicht werde. Die Abteilung Auskunft sucht dieses Ziel durch folgende Institutionen zu erreichen:

Anlehren von Verkäuferinnen.

Dies geschieht durch mündliche Instruktion in der Abteilung Auskunft, sowie durch praktischen Ladendienst in einer Ablage des A. C. V. in Basel.

Bis Ende Dezember sind 10 Verkäuferinnen mit Erfolg für 9 Verbandsvereine ausgebildet worden.

Unterstützung durch Hilfsverkäuferinnen.

Zur Vornahme von Ladenrevisionen, zur Aushilfe bei plötzlicher Dienstverhinderung der Verkäuferinnen infolge Krankheit 2c., zur Unterstützung von Anfängerinnen steht die Hilfsverkäuferin zur Verfügung.

Bis heute hat sie 12 Vereinen derartige zweckmäßige Dienste geleistet.

Zur weitern Unterstützung der Verbandsvereine bei Einrichtung der Buchführung, bei Bücher-Revisionen, bei Inventur-Aufnahmen und Abschlüssen steht

der Verbandskontrolleur

zur Verfügung.

Unser Kontrolleur besuchte im Jahre 1908 51 Vereine in 69 Angelegenheiten.

Unterhalt der Mustersammlung von Drucksachen der Verbandsvereine.

Es soll damit den Verbandsvereinen ermöglicht werden, sich auf kürzestem Wege das zweckmäßigste Material zur Einsichtnahme zu verschaffen. Vom September bis Ende Dezember haben 26 Vereine mehr als 100 Gegenstände zur Einsichtnahme bezogen.

Erteilung von Auskünften aller Art

betreffend die genossenschaftliche Praxis. Unterstützung und Beratung der Verbandsvereine, namentlich der jüngeren Vereine. Abfassung von Inseraten für die Verbandsorgane.

Wir laden alle Verbandsvereine ein, gegebenenfalls von diesen neuen Institutionen Gebrauch zu machen. Im Interesse einer rationellen Einteilung und zur möglichsten Verhütung von Zeitverlust möchten wir die Verbandsvereine höflichst bitten, Gesuche um Anlehren von Verkäuferinnen, um Entsendung des Kontrolleurs oder der Hilfsverkäuferinnen, wenn immer möglich ca. 3—4 Wochen zum voraus einzureichen.

Verband schweiz. Konsumvereine (**Abteilung Auskunft**).